وزارة الثقافة والاعلام

مديرية الاعلام العامة

# في الأعلام.. والمعركة

شاذل طاقة




السلسلة الإعلامية

اشتريته من شارع المتنبي ببغداد
فـــي 11 / ذو القعدة / 1443 هـ
فـــي 10 / 06 / 2022 م هـ

سرمد حاتم شكر السامرانـــي

م. سرمد حاتم شكر

في الاعلام .. والمعركة

عبد الله ماجد العزي

وزارة الثقافة والاعلام

مديرية الاعلام العامة

# في الأعلام .. والمعركة

شاذل طاقة

السلسلة الاعلامية

٨

المؤسسة العامة للصحافة والطباعة
دار الجمهورية ـ بغداد
١٣٨٨ هـ ـ ١٩٦٩ م

# تمهيد

١ ـ استشار قوم حكيم العرب أكثم بن صيفي في حرب قوم أرادوهم ، وسألوه ان يوصيهم فقال :

« اقلوا الخلاف على امرائكم ، واعلموا ان كثرة الصياح من الفشل . والمرء يعجز لا محالة » .

وقالت عائشة لاصحابها في يوم الجمل ، وقد سمعتهم يكبرون : « لا تكثروا الصياح ، فان كثرة التكبير عند اللقاء من الفشل » .

والفشل في لغة الجاهلية والقرآن هو العجز . واليه ينصرف المعنى في قوله تعالى : » ولا تنازعوا فتفشلوا وتذهب ريحكم » .

٢ ـ وقبل عشرين سنة وقعت الواقعة الاولى وخسرنا حرب ثمانية واربعين .. وكنا قد اكثرنا الصياح قبلها .. وخلالها .. وبعدها وكان مع الصياح ، بعدها ، بكاء .. هو بكاء العاجز وصراخ الضعيف .. ولعمري انه ليذكرني بقول التي رأت آخر حكام الاندلس من العرب يبكي بعد أن ضاع ملكه :

أبك مثل النساء ملكا مضاعا

لم تحافظ عليه مثل الرجال !

ولقد كانت حرب ثمانية واربعين حربا غريبة شاذة لا نكاد نجد لها مثيلا بين حروب التاريخ •• فهي حرب خسرها العرب دون ان تندحر جيوشهم •• وغلب فيها قوم لم يكن لهم من التفوق العسكري والبشري والمادي ما يجعل من النصر الهين الذي أحرزوه أمرا منطقيا يتفق مع طبيعة الاشياء ومنطق وجودها •• غير ان مصالح الاستعمار ، ومنطق القوى الكبرى اللامنطقي ، وخور الحكام العرب وخيانتهم وبعدهم عن تطلعات شعبنا ومطامحه •• كل اولئك جعل من اللامنطق منطقا فرض نفسه •• واقعا ملموسا بشعا •• لايقلل من بشاعته ان نحاول تبرير أسباب الهزيمة الاولى ، ولا يمحو عار هزيمتنا أن نظل نصيح ونصرخ طوال عشرين عاما حبالى بالاحداث •

٣ ـ وقبل عام •• وقعت الواقعة الثانية •• وخسرنا حرب سبعة وستين •• وكنا ايضا قد اكثرنا من الصياح قبلها •• وخلال ايامهـــا السود •• وكانت هي الاخرى حربا غريبة • وكانت هزيمتنا فيهـا هزيمة سخيفة كما قال احد كتاب الجمهورية العربية المتحدة •• وقد كانت لهذه الهزيمة اسباب تختلف عن اسباب هزيمة عام ثمانية واربعين من حيث الدرجة والنوع •• ومهما كانت أسباب الهزيمة •• ومهما كان وقعها•• وأثرها • فانها لمتكن الا نكسة ، لسبب بسيط وعميق في آن واحد •• هو ان شعبنا لم يمت •• ولم يفقد بعد ثقته بنفسه ، ولان موجة كاسحة من النقد الذاتي ، اخذت تكشف ما خفي من عيوبنا •• وما انتابنا من أمراض •• وما تغلغل في اجهزتنا ، على كل صعيد •• من فساد •• وضعف •• وتخلف ، بحيث استطاع هـــذا الشعب

الصامد ان يقف على قدميه مرة اخرى •• وان يبدأ من جديد حربه الحقيقية التي ينطلق رصاصها هذه الايام ولو متقطعا •• فوق أرضنا المحتلة نفسها ••

٤ ـ ولست أدعي ، وقد بدأت بحثي بالاشارة الى الصياح ودلالته على الفشل ، ان كثرة الصياح كانت سبب هزيمتنا الرئيسي الأوحد •• غير اني بدأت بالبحث عن الصياح •• لان موضوعه ( في المعركة •• والاعلام ) •• ولان كثرة الصياح كانت ظاهرة بارزة في اجهزة اعلامنا وقد فرضت نفسها على كل نشاطاعلامي مارسناه في الحربين اللتين خسرناهما •• ولان كثرة الصياح ، كما قال أكثم بن صيفي وعائشة بنت الصديق ظاهرة تدل على الضعف ، وهي ظاهرة سايكولوجية كما ترون •• ولها دلالاتها العميقة •• ولان خبراء وسائل الاتصال ( أو أجهزة الاعلام ) ينصحون مذيع الراديو والتلفزيون مثلا ان لايجعل صوته عاليا جدا •• وان لا يكثر من الصياح •• لانه ليس الا ضيفا يزور عائلة ويحدثها بهدوء •• وموضوعية •• متوخيا اقناعها •

٥ ـ وبعد فان حربا ثالثة لابد ان تندلع •• ولابد ان يكسبها شعبنا هذه المرة •• سواء أوقعت هذه الحرب الكاملة هذا الاسبوع •• او بعد شهر او اشهر •• ام بعد سنة او سنوات •• لان اسرائيل كيان عسكري وجد بالحرب •• ولا ينتهي الا بالحرب •• ولئن كانت اسرائيل قد خلقت في حرب مصطنعة زائفة •• ان نهايتها •• ستكون

في حرب حقيقية •• عمادها الكفاح الشعبي المسلح الذي بدأه رجال الفداء في ارضهم المحتلة منذ زمن •• ولابد ان ينتهي بحرب نظامية ذات تعبئة شعبية ترفدها وتصفي وجود الاستعمار والصهيونية في قلب وطننا الجريح ••

وللمعركة ، كما تعلمون اسلحة •• هي : اولا ـ الجيش ، نظاميا كان ام شعبيا •• والدبلوماسية ثانيا •• واقتصاد الحرب ثالثا •• والاعلام والدعاية والحرب النفسية رابعا •• هذا هو موضوع بحثي•

# الدعاية والاعلام والحرب النفسية

٦ ـ الدعاية اصطلاح حديث نسبيا ، بالرغم من ان مدلوله قديم تاريخيا •• وهي ، في المعجم ، تعني نشر الدعوة الى الشيء •• واصلها (الدعاوة) •• غير ان الدعاية هي التي شاع استعمالها عند المتأخرين •• ودعا الى الشيء دعاء ودعوى ودعاوة ودعاية •• رغب فيه •• وقرب اليه •

واصل المصطلح في الانكليزية Propaganda وهي مأخوذة من الاصل اللاتيني Propagare بروباكارا •• ومعناه تكثير الاشجار والمزروعات ونشرها • ثم استعملت لاول مرة للدلالة على التبشير ونشر الدعوة في سنة ١٦٢٢ ميلادية حين شكلت الكنيسة الرومانية مجمعا رهبانيا للتبشير بالمسيحية ، وكان اسمه : Congregatio de Propaganda fide أي مجمع نشر الايمان •• Congregation for the Propagation of the faith الدعاية في الاصطلاح العلمي الحديث نشر الحقائق والبراهين والحجج والاشاعة للتأثير على الرأى العام ، أو هي كل مؤسسة أو جهاز يروج لمذهب أو نظام ما •• وهي أيضا مجهود يوجه بشكل منتظم لاجل الحصول على تأيد الجمهور لفكرة •• او قضية ما ••

ولما كانت المنافسة قائمة وشديدة منذ قديم الزمان من اجـل « الاستحواذ على عقول الناس » والتأثير على ارائهم ثم مواقفهم .. فان الدعاية ، وهي تهدف الى هذه الغاية ، يمكن ان تعد نوعا من المحاماة او الدفاع عن القضية .. او الفكرة .. او النظام .. او الحـق ..

٧ ـ والدعاية ، من حيث انها نوع من المحاماة ، تتميـز عن مصطلحات أخرى ، هي في الواقع عمليات مساعدة في الدعاية ، ونها صلتها الوثيقة بوسائل الاتصال بالجماهير مثل الاعلام Information والتعليمات او التوجيه والارشاد Instructions والاستعلام Inquiry غير ان الخلط او اللبس يقع دائما بين الدعاية والاعلام ، فيستعملان وكأنهما مترادفان في المعنى .. ولكن الدعاية شيء .. والاعلام شيء اخر .. فهو مجردالاخبار بحدث معين .. او هو الخبر بالذات .. وهي دعاية ان يكتب مقال او يلقى خطاب في الدعوة الى توحيد الأمة العربية والاقناع بحتمية وحدتها .. أو في المطالبة بدعم العمل الفدائي .. او في شجب الحلول السلمية التي يوصي بها يارنغ وغيره ..

ولكن الامر لا يعدو ان يكون مجرد اعلام حين تنشر الصحف خبرا عن مقابلة الوزير الفلاني للسفير الفلاني ، الا اذا تضمن الخبر جدلا او توضيحا لوجهة نظر معينة ..

ومن قبيل التعليمات والتوجيهات ان تصدر الحكومة كراسـا يتعلق بطرق مكافحة دودة القطن مثلا .. او ينشر مقال عن العناية

بصحة الحامل •• ولا يدخل هذا الموضوع في باب الدعاية الا اذا كانت ضرورة مكافحة دودة القطن أو ضرورة العناية بصحة الحامل موضع جدل او نقاش بين الناس ••

٨ ـ ويبدو ان اصطلاح الدعاية قد اقترن في اذهان الناس ، ولا سيما في الغرب ، بما فعلته المانيا الهتلرية وما جرى في الحرب العالمية الثانية وما قالته اجهزة الدعاية التي كان يقودها غوبلز •• فاصبح اللفظ يوحي بشيء من عدم الارتياح •• واصبح يعني في بعض الاحيان ضمنا معنى الكذب او التلفيق •• وهي تجربة عاناها ايضا انسان الشرق الاوسط العربي حين تعود ان يسمع الوعود الطائلة ويقرأ في الصحف أشياء كثيرة عن امور لا وجود لها في عالم الواقع •• فصار يطلق لفظ الدعاية والدعايات •• على ما لا يصدق من الاخبار •• وعلى ما لا يقتنع بصحته من وجهات النظر •• ومن هنا نشأ الميل الى ترويج مصطلح الاعلام والاستعاضة به عن الدعاية •• فصارت مؤسسات الدعاية تسمى موءسسات اعلام •• كوزارة الاعلام مثلا •• بعد ان كانت تسمى في الخمسينات بوزارة الارشاد •• تقليدا للتسمية الالمانية •

٩ ـ واما الحرب النفسية •• فهي الدعاية نفسها بما تتضمنه من اخبار وحجج واقناع ومجادلة وبث اشاعات وحين تكون موجهة في ايام الحرب الى العدو •• لاضعاف معنوياته وشل ثقته بنفسه والايحاء بحتمية هزيمته ••

للحرب النفسية تاريخ طويل • فمنذ القرن الخامس قبل الميلاد ،

استعمل الانسان وسائل الاتصال بالجماهير للاغراض العسكرية ، وكان

سن تزو Sun - Tzu الصيني يقول « انه في القتال الليلي تستعمل الطبول والمشاعل بكثرة . وفي القتال النهاري يستعمل عدد عظيم من الرايات والبيارق بحيث ترتبك عيون الاعداء وآذانهم » . وفي الهند القديمة كتب « كوتيليا » في كتاب صناعة الحكم ( ارثا ساسترا ) : أن على المنجمين واتباع الملك الاخرين ان يلهبوا معنويات الجنود بتوضيح الطبيعة المنيعة لطوابير جيش الملك ، وان على العملاء السريين ان يبثوا وينشروا في صفوف العدو اشاعات هزيمتهم المحتمة .

وعرف العرب هذه الحرب النفسية ايضا .. ومارسها خالد بن الوليد في غزوة مؤتة وكان قد تسلم امرة جيش منهزم قليل العدد .. فقاتل في يومه قتالا شديدا وغير في الغد نظام الجيش ، فجعل مقدمته ساقة وساقته مقدمة، وكذلك فعل بالميمنةوالميسرة ، فظن الروم ان مددا جاء للمسلمين فقدروهم ونظروا اليهم غير نظرتهم بالامس.. وكان ذلك عاملا من عوامل النصر في غزوة مؤتة . وفي كتاب الحرب من عيون الاخبار للدينوري ( من رجال القرن الثالث من الهجره ) اخبار ونصائح في هذا الصدد .

١٠ ـ واما اجهزة الاعلام او وسائل الاتصال .. فيقصد بها عادة الوسائل او الادوات التي يتم الاتصال عن طريقها بالجماهير لكي تؤثر في الرأي العام ، وقد تساعد على بلورته بشكل ما .. وهي كثيرة وأهمها :

١ ـ الصحافة ، ٢ ـ الاذاعة والتلفزيون ، ٣ ـ السينما ، ٤ ـ

المسرح ، ٥ ـ الاجتماعات والموءتمرات ، ٦ ـ الاتصالات الشخصية ، ٧ ـ التقارير السنوية ، ٨ ـ النشرات ، ٩ ـ الكتب ، ١٠ ـ الاعلان ، ١١ ـ التعليم ( فيما يتعلق بالتوجيه والارشاد الوطني او القومي فقط ) ، ١٢ ـ المتاحف والاثار التاريخية والمراكز السياحية •

وطبيعي ان وسائل الاتصال هذه تستعمل للاغراض الثلاثة أي الدعاية والاعلام والحرب النفسية •• وتتجلى براعة رجل الدعاية والاعلام في حسن استعمال وسيلة الاتصال وفي صواب اختيار الوسيلة الخاصة وفي اختيار الوقت المناسب لاستخدامها •

١١ ـ وطبيعي أيضا انه يصعب أحيانا أن نفصل فصلا دقيقا بين الاعلام والدعاية والحرب النفسية ، فانها قد تتشابك احيانا في المادة الاعلامية فهي اعلام ودعاية وحرب نفسية في وقت واحد •• مثال ذلك التحقيق الصحفي الذي نشرته مجلة دير شبيغل الالمانية عن حرب حزيران •• وترجم الى اللغة العربية وتولت نشره اجهزة اعلامنا مع الاسف •• فهو يحوي اخبارا ومعلومات عن المعركة •• ولكنه في الوقت نفسه يحاول اقناع القارىء بأن اندحار اسرائيل أمر يقرب من المستحيل ان لم يكن مستحيلا فعلا •• ولن يطمع يهود اسرائيل بحرب نفسية أكثر نجاعة من هذا التحقيق الذي لن يغير من حقيقته ولن يخفف من سمومه انه عنون بـ « بطولات الجيش العربي في سيناء » !••(*)

---

(*) ترجم هذا التحقيق ونشر أولا في جريدة « العلم » المغربية ، وأعيد نشره في جريدة « الجمهورية » البغدادية ، ثم أصدرته وزارة الثقافة والارشاد العراقية في كراس بالعنوان المشار اليه •

# خطة المعركة الاعلامية

١٢ ـ ينبغي أولا ان نثبت ان اجهزة الاعلام لا تخوض الحرب وحدها ، لانها تبقى سلاحا واحدا من اسلحة هذه الحرب ، ولهـذا ينبغي أن يكون دور الاعلام والدعاية في المعركة منسقا ومنسجما مع دور الاسلحة الاخرى وهي الجيش والدبلوماسية والاقتصاد • ولهذا نجد ان «غوبلز» مثلا يصر على أن تخطط الدعاية وتنفذ من قبل سلطة واحدة فقط • وهو يشير صراحة الى ان هذه السلطة هي التي تصدر كل تعليمات الدعاية والاعلام ، وهي التي توضح هذه التعليمات لمنفذيها، وتشرف على فعاليات كل المؤسسات الاخرى التي تكون لها بشكل او بآخر صلة أو علاقة بوسائل الاتصال أو يكون لفعالياتها أثر اعلامي أو دعائي •

ويعني هذا ضمنا ان يكون المسؤول الاول عن الدعاية والاعلام مساهما في وضع سياسة الدولة ومطلعا على خططها واهدافها وخفاياها • ولهذا أكد انه أكثر أهمية لرجل الدعاية أن يسهم في اعداد الخطة لحدث ما من ان يبرر ذلك الحدث بعد وقوعه • وسبب ذلك ان اية خطة حين توضع يجب أن ينظر الى ما قد يقع من آثار لها على صعيد الدعاية والحرب النفسية •

١٣ ـ وطبيعي ان الدعاية والاعلام لا يمكن ان يكونا معلقين في الهواء ان لم يوافقهما العمل الذي تتحدث الدعاية عنه او ترسم خططها في ضوء نتائجه المحتملة •

اعني بذلك انه حين لا تكون النية منصرفة الى الحرب والقتال ، وليس هناك من تخطيط واستعداد لذلك ، فان فعاليات الدعاية والاعلام حين تتحدث عن الحرب والمعركة لا تعدو أن تكون دونكيشوت آخر يحارب طواحين الهواء فوق ارض من اللامعقول • ولهذا نجد مثلا ان مسوءولا من منظمة «فتح» يتحدث في مقابلة صحفية عن مخطط المنظمة على صعيد الاعلام فيبدأ كلامه قائلا :

« لنخلق الحقائق اولا ثم لنبن عليها » وهو موقف موضوعي صائب يذكرني بتعريف احد خبراء العلاقات العامة لطبيعة العمل الدعاوي الناجح اذ يقول :

« انتج بضاعة جيدة •• ثم اسمح لنفسك ان تتحدث عنها » •

١٤ ـ ولاجل وضع خطة مبرمجة ومدروسة لعمل الدعاية والاعلام في المعركة • فاني ارى ان هذه الخطة يجب ان تكون مستنده الى الركائز الثلاث التالية :

أولا ـ اعلام صادق في الداخل •

ثانيا ـ دعاية ذكية في الخارج •

ثالثا ـ حرب نفسية تستند الى العلم والى دراسة طبيعة مجتمع العدو ونفسية افراده •

١٥ ـ ولابد من ان يكون لهذه الخطة الاعلامية شخصيتها العربية المتميزة • فمن المعروف ان أدبيات الدعاية والاعلام لم تتبلور فناً وعلما الا في وقت متأخر ، وان هذا الحقل من حقول المعرفة الانسانية لا يعدو أن يكون خلاصة واستقراء لتجارب عدد من مجتمعات المعسكرين الشرقي والغربي ، وان لكل تجربة من هذه التجارب شخصيتها وأرضها وظروفها التاريخية • ولهذا فقد آن الاوان للبحث عن صيغة متميزة للعمل العربي في حقول الدعاية والاعلام والحرب النفسية ، وليس احسن من الحرب العادلة التي يخوضها شعبنا ميدانا لطرح التجربة وصهرها في نار المعركة •

١٦ ـ ثم ان لنا من تراثنا وقيمنا وأدبنا مفاتيح تعيننا على وضع الخطوط العريضة للنظرية العربية في الاعلام • فقد كان القرآن كتاب دعوة واعلام وتحريك للجماهير في آن واحد • تتمثل الدعوة في قسمه «المكي» الذي دعا العرب الى التوحيد والاسلام ونبذ الوثنية • ويتمثل الاعلام في قسمه المدني الذي اشتمل على القانون المنظم للمجتمع الاسلامي وتناول كثيرا من امور الدولة والمجتمع والانسان بشيء كثير من التفصيل والتوضيح •

وكان الشعر الجاهلي ديوان العرب ومجمع اخبارهم وجهاز اعلامهم • كما كانت قصائد الفخر نموذجا معبرا ومؤثرا من نماذج الدعاية الناجحة •

واذا كانت لكل مدرسة اعلامية رموز ومفاتيح نفسية تشكل اطارا لفعاليات الدعاية والاعلام وتستقطب قيما ومبادىء تلتقي عندها

الجماهير وتلتف حولها • واذا كانت المدرسة الهتلرية في الدعاية تتخذ من التفوق العنصري رمزها الرئيسي ومفتاحها الاساسي ، وكذلك تفعل الدعاية الصهيونية • واذا كانت المدرسة الانكليزية ثم الاميركية تتخذ فيما تدعي من الدفاع عن الديمقراطية وحماية السلام رمزاً اساسيا في دعايتها واعلامها • واذا كانت المدرسة الروسية تتخذ من معطيات النظرية الماركسية والصراع الطبقي ودكتاتورية البروليتاريا مفاتيح ورموزا للدعوة والدعاية والاعلام وتحريك الجماهير • اذا كان كل ذلك كذلك فما احرانا نحن العرب ان نتخذ من قيمنا التراثية كالشجاعة والايمان والنخوة والكرم والتعلق بالارض ورفض الظلم والاعتزاز بالقوم بالاضافة الى قيمنا المعاصرة المتمثلة في تطلعات شعبنا نحو تحقيق وحدته القومية والوطنية وتأكيد حرية الفرد والمجتمع وتحقيق كرامة الانسان العربي بضمان عيشه في مجتمع الاشتراكية والعدل • ما احرانا ان نتخذ من هذه القيم والمثل رموزا ومفاتيح تمثل العمود الفقري لنظرية في الاعلام والدعاية عربية ، تقدمية ، ذات شخصية متميزة • على أن ذلك لن يحقق فائدته المنشودة اذا بقيت هذه القيم التي ذكرناها مجرد شعارات تردد دون ان يكون هناك عمل جدي على الصعيدين الرسمي والشعبي في سبيل تحقيقها أو المحافظة عليها او الدفاع عنها او احترامها •

# الاعلام في الداخل

١٧ ـ المفروض في هذا الاعلام ان يكون موجها الى الداخل والى الرأي العام المحلي ، وتزداد خطورة مثل هذا الاعلام في ايام الحرب ، لان الامة ، وهي تحارب ، لابد لها من جبهة داخلية متراصة تقف وراء الجيش وتسنده •• وترفده أيضا بتعبئة شعبية منظمة واستعداد لحمل السلاح للدفاع عن الوطن •

١٨ ـ والمادة الاساسية في هذا الاعلام هي الخبر والحدث •• او هي مجرد الاخبار بوقوع الحدث • ولهذا ينبغي ان يكون الصدق والصراحة هو الاطار الذي يوءطر الحدث والخبر •• ويشد بين أطراف الجبهة الداخلية •• ذلك لان الحدث لا يمكن أن يخفى •• ولان آذان الناس تسمع كل شيء • وخير من اخفاء الحدث أو محاولة طمسه ، أن نتحدث عنه بكل صدق وصراحة وموضوعية(*) •

---

(*) طبيعي أننا لا نقصد بهذا ما توجب مصلحة الجيش وأمن الوطن كتمانه أو عدم الافضاء به •• فالكتمان أيضا عامل من عوامل كسب الحرب •

١٩ ـ ان شعبا مثل شعبنا ، له وعيه الناضج ، ولهحكمهالقاسي على من يتولى امره •• يجب أن يطلع على كل شيء •• ويجب أن تنظم له سياسة اعلامية طويلة النفس تتوخى اعلامه بما يحـــدث ، وتبصيره بما يلابس الحدث من مضاعفات او اخطار •• كما يجب اعتماد الصدق والصراحة والابتعاد عن المبالغة والتهويل والتهويش • ولا فائدة بعد الآن في حذف الحقائق أو تحويرها أو اخفائها ، لأن وسائل الاعلام العالمية ، ولا سيما الاذاعات ، كفيلة بان توصل اليه كل شيء •• وهي توصله ، غالبا ، مشوها او مطبوخا بشكل يحقق اغراضا سياسية معينة •• والا فأية فائدة في اخفاء خبر مهم عن ابناء الشعب وعدم تحدث اذاعة بغداد او عمان او القاهرة مثلا به •• بينما يستمع اليه الكثير من الناس من اذاعات لندن واسرائيل وصوتأميركا والاهواز ، مشوها ، أو مكتوبا بشكل مدروس بحيث يضرب علىأوتار حساسة معينة ، او يستثير أمورا لها خطورتها وحساسيتها •

٢٠ ـ يروى ان معاوية أوصى ابنه يزيد بما ينبغي أن يفعله مع أهل العراق فقال له : « ان ارادوك ان تولي عليهم كل يوم أميرا فافعل، والاشهروا في وجهك مائة الف سيف » • وهي نظرة تدل على أن هذا الشعب منذ القديم قليل الصبر ، ميال الى كثرة التبديل في حكامه، ولعل ذلك مرده الىان هذا الشعب كانت له تجاربه القاسية المريرة منذ آلاف السنين مع حكامه ، ومع غزاته على حد سواء ، فأصبح لا يثق فيمن يتولى امره •• الا فيما ندر •

ولاجل ذلك كله ، تكون السياسة الاعلامية الصادقة الصريحة رسيلة من وسائل التقريب بين الشعب وحكامه ، وردم هوة عدم الثقة .

٢١ ـ ومن المعروف ايضا في علم النفس وفي علم الاجتماع وفي حقول الدعاية والاعلام أيضا ، ان «الكلمة» حين تمنع أو حين توضع أمامها السدود وهي تجد طريقها الى الآذان والنفوس دون حواجز من منع او تحريم او تضييق .

٢٢ ـ غير انه في اوقات الحرب ، قد يجوز التصرف بالخبر ضمن حدود ضيقة جدا .. أو محاولة التقليل من أهميته وخطورته .. او محاولة تأجيل اعلانه وقتا قصيرا . فقد عرف عن تشرشل مثلا انه كان يوءجل احيانا اذاعة انباء بعض الهزائم العسكرية ثم يديعها بعد فترة قصيرة مع انباء اخرى عن انتصارات عسكرية تحققت في الجبهة نفسها .. او في جبهات اخرى .

ومثل هذا يمكن أن يقال عن الاخبار الكاذبة .. التي لا يجوز بتاتا اقتراف اذاعتها بقصد اخفاء الحقيقة عن الشعب .. اما اذا كان يقصد باذاعة خبر غرض معين ضمن حملة معينة من الحرب النفسية الموجهة الى العدو .. فذلك أمر آخر ، سنأتي اليه فيما بعد ..

ان الحدث يقع فيفرض نفسه على الواقع ، ويعيش الانسان هذا الحدث مهما كان قاسيا أو مرا .. فلماذا تخفى الحقيقة عن الشعب ؟ ولماذا يحاول جهاز الاعلام طمس هذا الحدث .. وقد تقبله الناس بدليل انه وقع ؟..

ينصح أحد خبراء الاعلان التجاري ( دايفيد اوكيلفي ) كاتب الاعلانات فيقول له : لا تكتب ابدا اعلانا لا تحب افراد عائلتك ان يقرأوه ، فأنت لاتكذب على زوجتك ••• ويقول أيضا : ان المواطن المستهلك ليس غبيا ولا متخلفا عقليا •• فهو زوجتك او اخوك او صديقك •• وانت تهين ذكاءهم •• ان افترضت ان محض شعار وبضعة أوصاف ممسوخة سوف تغريهم أن يشتروا ماتريد بيعه في اعلانك•• وذلك لانهم يريدون كل المعلومات التي يبحثون عنها •

وتصدق هذهالنظرية علىالاعلام الداخلي، في أيام الحربوأيام السلم على السواء •• وتوجب من جديد توخي الصدق والصراحة في اعلام ابناء الشعب بما يدور •• وبما يقع في ساحة الحرب •• وفي دواوين الحكومة على حد سواء ••

٢٣ ـ ولقد ظللت فترة من الزمن اتعقب اخبار البلاغات العسكرية التي تذيعها منظمة فتح•• فوجدتها تنص دائما على الخسائر التي تلحق برجال المنظمة من حوادث الاستشهاد والجرح والاسر •• ولا تخفي شيئا من ذلك •• بل ان الرأى العام العربي والعالمي يعرف انالمنظمة تقدم الضحايا كل اسبوع تقريبا ، ولكنها بهذا الاسلوب الاعـــلامي الصادق استطاعت ان تحدث تحولا خطيرا في الرأي العام العالمي ••

وفي حديث صحفي لاحد قادة المنظمة يتحدث عن كثرة الشهداء فيقول :

« كثرة الشهداء معناها الحقيقى الوحيد : اننا نناضل بالفعـــل فيسقط منا شهداء •• ولا تصدق من يقول لك انه يناضل لكن الموت

لا ينـاله . انك تذهب لتقتل عدوا يقف هو الآخر لقتلك . والامة العربية يجب ان توطن نفسها على الخسارة . فالثورة ليست نزهة . انها عمل شاق سوف يسقط فيه الكثيرون ضحايا وشهداء .. » .

وفي هذا المقطع تطبيق لاكثر من مبدأ من مبادىء الدعاية والاعلام في الحرب :

المبدأ الاول : ما يقرره غوبلز من ان حالات الفشل والخسارة يجب ان توضح بجلاء .. كما يجب ان يتضمن التوضيح مطالبةبالمزيد من التضحيات .

المبدأ الثاني : ان على رجل الدعاية ان يقلل من اثر الخسارة او الفشل حين يقع .. وفي المقطع السابق اعطى رجل المقاومة العربي تبريرا بسيطا وواضحا ومنطقيا لحوادث الخسارة (الاستشهاد) بحيث يقتنع المواطن العربي بقلة اثر هذه الخسارة .

المبدأ الثالث : ان هذه المنظمة لم تخلق ، لا في هذا التصريح ولا في التصريحات الاخرى ، نوعا من الآمال الزائفـة في نفوس أبنـاء الشعب .. فهي لم تعدهم بالقاء اليهود في البحر في اسابيع ، ولم تقل لهم : سوف نحرر الارض في شهر .. ولم تقل لهم ان الثورة والكفاح الشعبي المسلح ، نزهة او عمل يسير .. بل قالت : ان الثورة عمل شاق وسوف يسقط فيه الكثيرون ضحايا وشهداء ..

**٢٤** ـ ومن هنا تأتي خطورة خلق الآمال الزائفـة في نفوس الجماهير ، فقد يتحول الرأي العام المحلي تحولا خطيرا وغريبا يصفه مدير دراسات الشوءون الدولية في معهد لندن «جوارزنبركر» فيقول

في كتابه المسمى ( سياسات القوة Power Politics )(*) :

« اذا جرت الأحداث على عكس ما يتوقع منها ، كأن تكون نتيجة سريعة جدا ، او بطيئة جدا ، او ان تنحرف نحو اتجاه مفاجيء، فان رد الفعل لدى الفرد يميل الى أن يكون غريزيا وغير عقلاني . واذا شاركه الآخرون في مثل هذا الشعور فقد ينشأ عن ذلك اتحاد او اتفاق صامت ولكنه مريع ومخيف ، بين كل الافراد المتشابهين في هذه الحالة ، وبمعزل عن الانظمة والمؤسسات القائمة .. ويتشكل من ذلك (مجتمع) غير مرئي ولا مدرك .. ولكنه يجسد المشاعر المشتركة ويتحدى سلطة النظام القائم » .

٢٥ ـ في الاعلام والدعاية قاعدة تقول : حدد جمهورك Define Your Public ثم تحدث اليهم بمقتضى ذلك .

ومنذ أكثر من الف سنة ، عرف اجدادنا البلاغة بانها « مطابقة الكلام لمقتضى الحال » . والبلاغة نفسها معناها الوصول او الايصال .. وهو قريب جدا من المعنى المفهوم من تعبير «وسائل الاتصال بالجماهير» التي هي اجهزة الاعلام .

وفي رأيي ان هذه القاعدة البلاغية القديمة ما تزال تصلح ان تكون لبنة اساسية في بناء سياسة اعلامية قومية تقدمية ناجحة . كما انها تصلح ، كما سنرى فيما بعد ، أن تكون قاعدة أساسية لخطة الدعاية العربية في الخارج . ومعنى مطابقة الكلام لمقتضى الحال ،

(*) ص ١٤٤ ـ ١٤٥ .

ان تعرف من توجه اليه حديثك ، وان تعرف أيضا المفاتيح النفسية للذين تخاطبهم .. وان تحدثهم بما يستجيب لرغباتهم وتطلعاتهم وحاجاتهم .

٢٦ ـ ومن هنا يجب أن يتم اختيار أجهزة الاعلام والمادة الاعلامية التي تبث من خلالها ، وفق هذه القاعدة .. ولنكتف من ذلك بمثال واحد من الاذاعة والتلفزيون :

بلغ عدد اجهزة التلفزيون في العراق المستوردة والمنتجة محليا في نهاية عام ١٩٦٧ (١٤٧٫٤٣٦) جهازا .. فاذا أضفت الى هذا العدد ما استورد او انتج محليا من هذه الاجهزة خلال عام ١٩٦٨ بلغ العدد (١٦٠٫٠٠٠) جهاز تلفزيون تقريبا ، وأكثرها في بغداد والمنطقة الوسطى ، وقليل منها في الموصل وكركوك والبصرة ، وفي الدراسة العلمية التي قام بها الاخ الاستاذ زكي الجابر والاستفتاء الاحصائي الذي قام به حول استجابات الاسرة العراقية لبرامج تلفزيون بغداد ، تبين ان ٧٠٪ من الاسر التي تملك اجهزة تلفزيونية وتم استفتاؤها تنتمي الى الطبقة الوسطى او البورجوازية الصغيرة ، وان ٤٪ من هذه الاسر تنتمي الى الطبقة الفقيرة ذات المستوى المعاشي الضعيف. وربما كانت اسر عمال وفلاحين . وان ٢٦٪ من الاسر المستفتاة كانت تنتمي الى الطبقة ذات المستوى المعاشي الجيد ، أي من البرجوازية الكبيرة.. ومن التجار والصناعيين .. ومن الموظفين الكبار .. فاذا احتسبنا لكل جهاز تلفزيون اسرة مكونة من خمسة اشخاص يكون عدد من يشاهد برامج التلفزيون قريبا من ثمانمائة ألف يضاف اليهم رواد المقاهي

والنوادي والمحلات العامة •• ولن يزيد عددهم في اية حال على مليون شخص (*) •

اما اجهزة الراديو فواضح انها اكثر عددا من اجهزة التلفزيون ولا سيما في الريف والقرى والمدن البعيدة •• وفي أوساط الفلاحين ظاهرة تكاد تكون غالبة هي انتشار الراديو (والترانزستر بوجه خاص) حتى ليقال ان من مطامح ابن القرية أن يمتلك شيئين: دراجة هوائية، وراديو ترانزستر •

ومعنى ذلك ان جمهور التلفزيون يتألف في غالبيته الكبيرة من ابناء الطبقة الوسطى او البرجوازية الصغيرة ، وتضم فيما تضم الكسبة والمثقفين والموظفين بوجه عام ••• واما جمهور الاذاعة فيتألف في غالبيته الكبيرة من الفلاحين والعمال والجنود والموظفين الصغار والمثقفين والفقراء بوجه عام •

وتطبيقا لقاعدة « حدد جمهورك » او « مطابقة الكلام لمقتضى الحال » يجب ان تدرس برامج الاذاعة والتلفزيون ويخطط لها في ضوء المعطيات الاحصائية المفصلة التي يجب أن تكون في متناول رجال الاعلام •• ومعنى ذلك ان ما يذاع في الراديو قد لا تصح اذاعته في التلفزيون •• لا لاجل اخفاء الحقائق بل لاجل تلبية اجهزة الاعلام المختلفة لحاجات جماهيرها •

ومن نتائج الاستفتاء الذي أشرت اليه من قبل ، ظاهرة تلفت

---

(*) دراسة عن استجابات الاسرة العراقية لبرامج تلفزيون بغداد قام بها الاستاذ زكي الجابر المدرس في قسم الصحافة من كلية الآداب بجامعة بغداد ، وقد اعتمد فيها عددا من الاستفتاءات العلمية وزعها على ما يزيد على ثمانمائة عائلة في بغداد •

النظر ، فأن ٦٩٪ من مشاهدي التلفزيون يتوخون التسلية والترفيه من برامج التلفزيون ، وان ١٠٪ منهم يشاهدون برامج التلفزيـــون لمجرد «قتل الوقت» .

ومن هنا تأتي اهمية التخطيط لعمل اجهزة الاعلام .. وبناء هذا التخطيط على أسس من علم النفس وعلم الاجتماع ، ومحاولة الاستفادة من رموز الاعلام ومفاتيحه لكسب الـ ٧٠٪ من مشاهدي التلفزيون واعلامهم وتثقيفهم سياسيا وقوميا ووطنيا واثارة مشاعرهـــم الوطنية والقومية واعدادهم وتعبئتهم للمعركة المقبلة .. على أن يكون استخدام هذه الرموز والمفاتيح الاعلامية استخداما صحيحا وبشرط ان (تجبل) في المادة الاعلامية وتنصهر فيها ، بحيث لاتكون نشازا او كأنها ملصوقة لصقا .

٢٧ ـ وطبيعي ان يكون لعلم الاحصاء ، وعلم النفس ، وعلم الاجتماع ، بالاضافة الى دراسة ما توصل اليه الباحثون في حقـــول الاعلام والدعاية دور كبير في وضع الخطة الاعلامية الناجحة .. وهي خطة يجب ان تتكون من شقين :

الشق الاول : وهو خطـــة طويلة المـــدى تختص برســـم الخطوط العريضة والاهداف العامة ووسائل تحقيقها .

الشق الثاني : وهو خطة يوميـــة أو اسبوعية تختص بوضـع تفاصيل عمليات التنفيذ اليومية للعمل الاعلامي ، وفعاليات الدعاية ، والحرب النفسية .

# الدعاية الذكية في الخارج

٢٨ ـ لعل الدعاية العربية الموجهة الى داخل الوطن العربي ، فيما يتعلق بقضية فلسطين والمعركة ، أيسر واقل جهدا من الدعاية الموجهة الى الرأى العام العالمي . ذلك ان الشعب العربي عموما وشعب فلسطين خصوصا قد وعى قضية فلسطين وادرك حتمية الحرب كعلاج حاسم وتصفية نهائية للعدوان وآثاره ، ويكفي أن ينصرف مخططنا الدعائي الى اقناع المواطن العربي بخطورة المطامع التوسعية الصهيونية، وبتحويل قناعته هذه الى مواقف عملية واضحة .. وباقناعه باننا كما يقول احد رجال فتح : « ان لم نمسك حالا بالسلاح ونرفض منطق تأجيل المعركة فاننا لن نعرف حينئذ اين المفر » .

كما ينبغي التركيز على أن الصهيونية جزء لا يتجزأ من الاستعمار الجديد ، بالاضافة الى ان للصهيونية اهدافها الشريرة الخاصة .. لان هذا التحديد لهوية العدو يحدد بالتالي هوية كل القوى والكتل والجماعات التي تلتقي بشكل أو بآخر مع الصهيونية والاستعمار . وينبغي حينذاك عزلها عن الجبهة العربية الزاحفة الى المعركة .

٢٩ ـ اما الدعاية العربية التي تستهدف اقناع الرأي العام العالمي والتأثير في مواقفه وكسبه الى جانب الحق العربي ، فانها جهد شاق وطويل النفس ويحتاج الى تخطيط ودراسة وتجنيد لكثير من الامكانات والاجهزة .

ذلك ان الرأي العام العالمي ظل الى وقت قريب سلبيا ازاء قضايانا ان لم يكن منحازا الى الصهيونية أو الاستعمار. ولعل السبب الرئيسي في هذا هو سيطرة الصهيونية على المؤسسات الاعلامية ، ولا سيما في الغرب ، واجتذاب عدد من رجال الفكر في العالم الى جانبها بمختلف الوسائل والمغريات .

٣٠ ـ وقد قام الادب الصهيوني بدور كبير في التأثير على عقول الناس ومواقفهم منذ عدة قرون . واستطاعت الصهيونية ان تستثمر حوادث الاضطهاد الموجهة ضد يهود اوروبا عبر القرون ، كما استغلت تيار اللاسامية الذي كان عداء اليهود ظاهرته الرئيسيه . واستغلت ايضا ما قامت به النازية من اجراءات العنف والتصفية الجسدية ضد اليهود في الحرب العالمية الثانية . كل ذلك وفر للادب الصهيوني مادة خاما دسمة تناولتها الروايات الصهيونية خلال القرنين الاخيرين واستغلتها في سبيل كسب عطف الرأي العام العالمي على اليهود واعتبارهم « أمة مضطهدة » يجب أن يعوض لها عن الاضطهاد والاذى اللذين عانتهما خلال القرون .

وعلى هذا الاساس سكت الرأي العام العالمي عن انشاء دولة اسرائيل وكانت نسبة كبيرة من هذا الرأي العام تجهل المأساة الانسانية

التي وقع فيها عرب فلسطين ، فطردوا من ارضهم وشردوا وحرموا من ابسط مقومات الحياة الكريمة للانسان •

وجاءت بعد حرب **١٩٤٨** موجة من الروايات الصهيونية تكرس حق اليهود وأفضليتهم في فلسطين ، وتقدم للرأي العام العالمي صورة سيئة جدا ومخجلة عن الانسان العربي والواقع العربي • ففي رواية (اكسودس) Exodus لموءلفها « ليون اوريس » Leon Uris وهي اشهر رواية صهيونية صدرت بعد عام **١٩٤٨** ، يحاول الكاتب ان يقنع القارىء بانه ( لم يحارب شعب ما في اى مكان في سبيل حريته مثلما حارب شعبنا ) يقصد اليهود • وان ( اليهود الذين يلقون القنابل على المدن العربية يتعمدون ان لا يلحقوا دمارا او ضحايا في حين ان القنابل العربية لم تقتل الا الاطفال ) • وان ( اليهود قد انتصروا طبعا لان الجبناء العرب لم يقاتلوهم ) • بل ان رواية اكسودس كلها تحاول ان توصل القارىء الغربي الى هذه النتيجه وهي انه ( لو كان عرب فلسطين قد احبوا ارضهم لما كان بوسع احد ان يطردهم منها ، بله الهرب منها دون سبب حقيقي • لقد كان لدى العرب قليل من الاشياء ليعيشوا من اجلها واقل من ذلك ليقاتلوا في سبيله • وذلك ليس ردة فعل رجل يعشق ارضه ) • وهكذا نجد ان المؤلف الصهيوني كان يجد نفسه مطالبا بتبرير عملية اجتثاث شعب من أرضه فيتنصل من مواجهة الحقيقة ويستسلم الى التضليل مدعيا ان العرب غير جديرين بوطن وغير جديرين بالحياة اصلا وان اليهود الصهاينة جاءوا الى أرض فلسطين ليجعلوا منها واحة حضارية وسط

صحراء من الجهل والتخلف(*) وهكذا أيضا نجد الضحية تتخذ اسلوب جلادها في الدعاية والاعلام ، فيتشبث الصهاينة بفكرة التفوق العنصري والحضاري ليبرروا استعمار الارض العربية وطرد اهلها •

٣١ ـ غير ان كل ما تقدم لا يعني ولا ينبغي ان يعني اننا نبرز لانفسنا عجزنا وفشلنا في محاورة الرأي العام العالمي وكسبه الى جانبنا • بل ينبغي أن نعترف دائما اننا لم نفعل شيئا يكاد يذكر في هذا المجال• وزاد حالتنا سوء ان حكوماتنا وأجهزة دبلوماسيتنا واعلامنا صورت القضية امام الرأي العام العالمي تصورا خاطئا وجعلت شعب فلسطين بعيدا عن قضية فلسطين ، وسقطت في الشرك الذى نصب لها ، فأوحت بأن الصراع انما هو صراع بين اسرائيل وبين الدول العربية • واستغلت اسرائيل هذا فجعلت تؤكد دائما وبمختلف الوسائل انه صراع بين الدولة الصغيرة اسرائيل وبين الدول العربية الاخرى التي تريد ان تقضي عليها • في حين ان الصورة الصحيحة التي يجب ان يبرز بها هذا الصراع هي صورة نضال شعب فلسطين المشرد الممزق من اجل استرداد وطنه الذى اغتصبه الغزاة الصهاينة • ان الصورة هنا تختلف كما يقول احد رجال فتح ، فهنا شعب لا يملك الا حقه المشروع في وطنه ، يقاتل دولة يدعمها الاستعمار العالمي • وهي صورة تثير عطف الرأي العام العالمي وتوقع اسرائيل في المأزق الذى يقع فيه كل وضع استعماري •

---

(*) يراجع في هذا الصدد كتاب غسان كنفاني عن الادب الصهيوني •

٣٢ ـ ومن هنا يتعين علينا أن نبدأ بداية جديدة في الدعاية العربية الموجهة الى العالم ، وهنا ايضا تبرز الحاجة الى الاستفادة من أجهزة اعلام جديدة وغير تقليدية تقف طبيعيا الى جانبنا ونستطيع ان نستفيد منها الى اقصى حدود الاستفادة •

ومن هذه الاجهزة مجموعات الطلاب العرب الذين يدرسون في معاهد العالم • وقد تنبه الى ذلك مؤتمر للاعلام العربي عقد في القاهرة بعيد النكسة فأصدر قرارا باعتبار الطلاب العرب في الخارج جهازا من أجهزة الاعلام العربية• وما ينطبق على الطلاب العرب ينطبق كذلك على المغتربين العرب والجاليات العربية في اقطار العالم •

٣٣ ـ ومن أجهزة الاعلام غير التقليدية أيضا ، الحركات الشعبية والسياسية ذات الصبغة التقدمية ، مثل الاحزاب الشيوعية والاشتراكية في أوربا وأمريكا ، ومثل الاحزاب الاشتراكية والقومية في أقطار العالم الثالث ، وبعض الحركات السياسية ذات الطبيعة المعارضة لانظمة الحكم في الغرب مثل حركة المسلمين السود وحركة اليسار الجديد في الولايات المتحدة واوربا الغربية ، ثم نقابات العمال والاحزاب التقليدية المعارضة والجمعيات والاتحادات والمؤسسات الفكرية في الدول الاشتراكية• هذا بالاضافة الى عدد من الشخصيات المرموقة في مجتمع الغرب مثل المؤرخ الانكليزي المشهور ارنولد توينبي ، والنائبة العمالية مارغريت مكاي ، والروائيــة الانكليزية ايشيــل مانين ، والرياضي الزنجي محمد علي كلاي •

٣٤ ـ وكما تفرض نفسها القاعدة الاعلامية «حدد جمهورك» وكذلك القاعدة البلاغية في مطابقة الكلام لمقتضى الحال ... كذلك تفرض هذه القاعدة نفسها على دعايتنا الموجهة الى الرأي العام العالمي . ذلك ان القيم والمفاهيم التي تقنع الرأي العام في الدول الاسلامية بعدالة قضيتنا هي غير القيم والمفاهيم التي تكسب الى جانبنا الرأي العام في الدول الاشتراكية والشيوعية ، وهي كذلك تختلف عن اللغة التي يجب ان نخاطب بها الرأي العام في دول الغرب الاوروبي والاميركي ، كما تختلف عن اللغة المشتركة التي يمكن ان نتحاور بها مع شعوب العالم الثالث في آسيا وافريقيا وأميركا اللاتينية .

٣٥ ـ ومع كل هذا فان الرأي العام العالمي بدأ يتحول الى جانبنا بفعل عاملين مهمين لا علاقة لهما بنشاطنا الدعائي والاعلامي .

**العامل الاول** : هو المقاومة العربية التي فرضت وجودها على قوى الاحتلال .. ذلك ان العالم كما يقول احد رجال المقاومة العربية، لا يعطف على المذبوحين ولكنه يحترم المقاتلين فقط . ولذلك فان اي مخطط دعائي عالمي سيكون كالبناء على الملح اذا لم نخلق الانتصار ونؤكد حقيقة وجود شعبنا المقاتل وقبل ان نهز دولة الاحتلال من الداخل . ويضيف رجل المقاومة العربي قائلا : ان مخططنا الدعائي عالميا يجب ان يكون على أساس اننا اصحاب حق ، واننا بكل صراحة نعمل بقوة السلاح على استرجاعه . فالاوروبي أو الاميركي لن يفهمنا الا اذا هددت مصالحه وشعر بان مستقبل مصالحه بين ايدينا .

واما **العامل الثاني** : فهو استهتار الصهيونية نفسها والاستعمار من ورائها وغرورهما الذي جرها الى الطريق المسدود ونقطة اللارجوع

بحيث بدأ الرأي العام العالمي يكتشف بشاعة الكذبة الكبيرة التي انطلت عليه زمانا طويلا • ويجدر هنا ان نقرر ان بعض الاجهزة الدبلوماسية العربية استطاعت ان تسهم ولو نسبيا وجزئيا في عملية كشف القناع عن باطل حجج الاستعمار ومزاعم اسرائيل •

٣٦ ـ ولا ينبغي أن ننسى أن لدينا جهازا اعلاميا ناجعا لم يستغل حتى الآن الا في حدود ضيقة جدا • وذلك هو أدب المقاومة العربية في فلسطين المحتلة نفسها ، والمتمثل في كتابات محمود دوريش وتوفيق زياد وسميح القاسم وفدوى طوقان وفي بعض الاعمـــال القصصية والروائية الاخرى •

واذا ارفد هذا الجهاز بمجموعة مما يستطيع ان ينتجه روائيون عرب من قصص وروايات ومسرحيات تكتب أصلا باللغات الاجنبية، ومن اعمال ادبية نقدية وتوضيحية لما ينتجه شعراء المقاومة انفسهم ، فان في هذه الخطوة انتقالا بقضيتنا ومعركتنا من مسرحها الضيق الى مسرح عالمي واسع الارجاء •

# الحرب النفسية

٣٧ ـ وتعني الحرب النفسية مجموعة الاخبار والاشاعات والحجج والآراء التي توجه في حالة الحرب الى العدو بقصد اضعاف ثقته بنفسه وبث الخوف في صفوفه والايحاء اليه بان الهزيمة مصيره الحتمي .

ولقد تفننت دول الغرب والشرق في استخدام الحرب النفسية هذه ، وجندت لها كثيرا من الامكانات والاجهزة ، وصارت هذه الاجهزة تعمل بارشاد وتوجيه في بعض الاحيان من دوائر الاستخبارات .. كما يحدث في فيتنام الآن . فقد مارست وكالة الاستخبارات الاميركية سلطة عليا على جميع فعاليات الاعلام والدعاية والحرب النفسية التي تقوم بها الاجهزة الاميركية في فيتنام .

ومن مظاهر الحرب النفسية في فيتنام مثلا ان اذاعة ( صوت اميركا) توجه الى فيتنام برنامجا يستغرق ست ساعات يوميا . واسقطت الطائرات الاميركية ملايين النشرات فوق فيتنام الشمالية .. كما قذفت بمناسبة عيد الاطفال في فيتنام قنابل (النية الحسنة) وهي تحتوي على لعب الاطفال وتجهيزات المدارس .. كما استعملوا مكبرات الصوت واذاعات طائرات الهليكوبتر لدفع الثوار الى الاستسلام .

وطبيعي ان كل هذا لم يجد نفعا في فتينام ولن يجدي نفعا ..

بدليل ان الاميركان يفاوضون ، فوق أرض مهتزة ، ثوار فيتنام الشمالية ... ولان للفيتناميين هم أيضا حربهم النفسية المضادة .. تساعدهم في ذلك اجهزة اعلام العالم الاشتراكي كله ..

٣٨ ـ ولقد كانت الجماهير العربية منذ سنة ١٩٤٨ حتى الآن هدفا من اهداف الحرب النفسية التي توجهها اسرائيل .. فاذاعانها تبث برامجها بالعربية ليلا ونهارا .. وبرامجها تكتب وتذاع بعد دراسة وتخطيط.. وقد وصلت هذه البرامج الى ذروة مراتب الحرب النفسية خلال شهر حزيران من العام الماضي .. فكانت تذيع بيانات الى قاطني المناطق العربية في سيناء والمرتفعات السورية تدعوهم الى الاستسلام ورمي السلاح .. كما شنت منذ ذلك الشهر وما تزال حملة نفسية ضارية ضد الجمهورية العربية المتحدة والرئيس جمال عبدالناصر .

ولكن كل هذه الجهود ظلت عقيمة وفاشلة امام صمود جماهير الشعب العربي في كل ارجاء الوطن .. وامام قيم عربية راسخة وتركيب نفسي يرفض الهزيمة مهما كانت آثارها ووقعها.. ولان شعور المواطن العربي بانه يحارب دفاعا عن حق مشروع ، ويقاتل جيوش احتلال أجنبية .. هذا الشعور الراسخ .. يستطيع أن يفعل المعجزات أمام كل عوامل الضغط والتهديد والارهاب والاحتلال .

٣٩ ـ غير انه يجب أن نلاحظ هنا ، ان حملات الحرب النفسية التي توجهها اسرائيل .. يسندها دائما نشاط جاسوسى اسرائيلي يحاول أن يتغلغل في المنطقة العربية .. وانه قد آن الاوان لتنظيم

حملة حرب نفسية موجهة الى العدو •• ولنتعلم في هذا المجال حتى من اعدائنا .

ويبدو أن الجمهورية العربية المتحدة ، والجمهورية العربيـــه السورية والاردن هي الاقطار الوحيدة التي تبث اذاعاتها برامج موجهة باللغة العبرية •• واني ارى أن يكون لكل اذاعة عربية برامج موجهة بالعبرية وبموجب خطة منسقة ، بحيث لا تخلو رقعة موءشر المحطات في الراديو من اذاعة موجهة بالعبرية الى العدو •• وذلك طبعا يدعو الى ( تبلبل آذان العدو وعيونه ) والى تخلخل صفوفه •• وزعزعة الثقة في امكانيات نجاته .

٤٠ ـ ويجب ان ترفد هـذه الحملة بحملـــة استعلامات او استخبارات موازية بحيث توءدى الى مسح خريطة الارض المحتلة كلها •• وتهيئة كل المعلومات والتفصيلات ودقائق الامور الاسرائيليـــة ووضعها في متناول جهاز الاعلام المختص بالحرب النفسية .

ان للعدو تناقضاته••وصراعاته الداخلية•• ومشاكله الاقتصادية •• وصعوبة الاحتفاظ بالارض التي احتلها •• واستحالة الدفاع عنها •• وطبيعي ان كل هذه الامور تصلح مواضيع ومفاتيح لحملات الحرب النفسية الموجهة .

٤١ ـ غير اننا نستطيع في مثل هذه الحملات ان نستفيد من ظاهرة علمية اخرى •• وهي ان علم الاجتماع وعلم نفس الفرد والمجتمع يؤكدان ان مجتمعا خليطا مكونا من أشتات متناقضة ، انما هو مجمع

غير متماسك .. وسرعان ما تنهار اعمدة هذا المجتمع بعد اول رجة عنيفة أو صدمة قاسية تصيبه . ثم ان لليهودي منذ زمن سحيق ، نفسية خاصة ، وشخصية معينة، يغلب عليها طابع الجبن.. والحرص .. والطمع .. والخيانة .. وبث الفتنة معا .. وان باستطاعة حملات الحرب النفسية .. ان تخلخل من بناء الشخصية اليهودية وان تعتمد على أسس من العلم والتاريخ والواقع وعلم النفس في تقويض أركان (الشجاعة والروح المعنوية المصطنعة) التي يحاول بها يهود اسرائيل ان يطيلوا من عمر احتلالهم فلسطين ..

٤٢ ـ ان لاجهزة الاعلام العربية ، كما افترض ، حلها الجاهز للقضية الفلسطينية الذي يتلخص في قيام دولة فلسطين الديمقراطية التي تضمن فيها حرية الاديان والمعتقدات .. ولا اثر فيها لاي وجود صهيوني او عنصري بل يعيش العرب واليهود الفلسطينيون فيها .. دون تمييز ..

# خاتمـــة

٤٣ ـ ولعل ثمة أمورا يجب أن تقال ولو ايجازا وتعدادا في خاتمة هذا الحديث عن الاعلام ومستلزمات المعركة :

أولها ـ أن يكون هذا الاعلام واحدا عربيا بمعنـى أن يتـم التنسيق والتعاون بين أجهزة الاعلام العربية كلها .

وثانيها ـ إن رجل الاعلام لا يفلح في هذه المعركة إن كان مؤتجرا .. لا يؤمن .. ولا يتحمس .. أو لا يتجاوب مع ضروراتها. وإنه لخير لنا في بعض الاحيان أن نكل الامـر الى شباب مؤمنين بالعروبة ، ومعركتها ، ومن الشداة والمبتدئين في صناعة الاعلام ، من أن نكلها الى الحذقة والماهرين في هذه الصنعة من دون ايمان بما يكتبون أو يخططون .. أو ينفذون ..

وثالثها ـ ان أقل الجهد يجب أن يصرف الى الرأي العـام العربي في قضية فلسطين .. لان الانسان العربي انما هو ابن هذه القضية . وان أكثر الجهد يجب أن ينصرف الى الرأي العام العالمي لانه هو الغريب عن هذه القضية إن جهلا .. وإن علما وسوء قصد .

ورابعها ـ أن الاعلام اصبح ينطبق عليه ما ينطبق على العلـم

والفن من شروط وقواعد •• وأن العملية الاعلامية صناعة وفن مستند الى العلم والتكنيك •

وخامسها – أن العبرة بالتطبيق لا بالنظرية فانه لامر يسير أن نتحدث عن الاعلام ونظرياته ولكن المهم أن نتحدث كيف نجحنا في نقل هذه النظرية من الكتب الى الاستديو والمايكرفون والجريدة والاغنية •

وسادسها – أن نتعلم لغة أعدائنا وأساليبهم •• وأن نبحث عن المفاتيح النفسية لشخصية العدو •• بغية شلها وتجميدها •

وسابعها – أن مقتل العملية الاعلامية في عشوائيتها •• وفقدان خطتها •• وجهل منفذها ••

وثامنها – أن على الدولة أن تثق برجل الاعلام وتكل اليه أمور الاعلام •• وأن لا تتدخل الا في الخطير من الامور مما يتصل بالخطة لا بالتنفيذ ••

وتاسعها – أن العملية الاعلامية عملية متشابكة معقدة وإن بدت ميسرة بسيطة •• وأن « العملية الاعلامية المضادة » •• عملية أكثر تعقيدا •• وأعمق تشابكا •• حتى لكأن العملية الاعلامية خلاصة لكل العلوم •• وعصارة لاكثر من فن •• وتسجيل حي دقيق لاكثر من ظاهرة اجتماعية •

وعاشرها وآخرها – أننا قوم يهزنا الحرف وتطربنا الكلمة وأننا أصحاب لغة ذات حضارة •• وأن هذه اللغة الحضارية مادة خام نادرة الوجود ، فيجب أن يستفاد منها في التعبير والاعلام والدعوة والدعاية والتحريك ، كما ينبغي أن تكون الاستفادة بأجلى صورها ••

وبعد فقد كانت هذه « روءوس اقلام » وشوارد وخواطر في موضوع واسع متشعب •• ولا ريب ان فيها الكثير من النواقص ••• غير ان المعركة آتية لا ريب فيها •• مهما حاول المؤجلون تأجيلها •• أو احجم المترددون عن خوضها ••• وحينئذ ، وبعد ان ينجلي غبار المعركة •• سيربح شعبنا حربه العادلة •• بالكفاح المسلح •• وبالتحام الصفوف في جبهات شعبية وقومية معبأة ••

وانهم ليقولون دائما •• ان المنتصر •• هو الذي يدير آحر معركة اعلامية ناجحة ••




**ثمن النسخة ٣٥ فلسا**

تنفيـــذ
مديرية التأليف والترجمة والنشر